

Verdammt! Warum soll ausgerechnet ich auf Konsum verzichten?

Nein, das sollst du ja gar nicht. Zumindest nicht voll und ganz. Du sollst dich nur nicht zum willigen Konsumopfer machen. Und dennoch gibt es berechtigte Einwände: Was zum Beispiel, wenn ich eh schon Verzicht üben muss, weil ich so wenig verdiene?

Das ist natürlich der Mega-Einwand: Das Plädoyer für einen zurückhaltenden Lebensstil sei doch letztlich nur eine Rechtfertigung dafür, dass sich die Politik nicht genug für die Umverteilung von Einkommen und Vermögen zugunsten der ärmeren Bevölkerungsschichten einsetzt.

Die Neue Leichtigkeit ist aber mitnichten eine Idee, die das Prinzip der gerechten Verteilung durchkreuzen will. Ganz im Gegenteil. Beide Konzepte sind voll kompatibel. In der BEconomy gibt es eine viel gleichmäßigere Verteilung von Einkommen und Vermögen, als dies in den meisten Ländern der Welt der Fall. Fest steht: Jeder Mensch soll finanziell so gut ausgestattet sein, dass er eine solide Grundsicherung in Hinblick auf Ernährung, Gesundheit und Wohnen genießt. Das Leben in Abstiegsangst soll endgültig vorbei sein. Da in der BEconomy aber Wohlstand nicht rein materiell definiert ist, kommen hier die post-materialistischen Komponenten stärker zum Tragen.

Wer im Hier und Jetzt nur über ein schmales Budget verfügt, muss sich seine Armut nicht schönpinseln, indem er sich einredet, Konsumverzicht sei trendy. Aber er kann, wenn er denn will, die Neue Leichtigkeit als philosophisches Accessoire begreifen – was die alltägliche Stimmung, die

Einstellung zum Leben erheblich aufhellen mag.

Dazu noch folgende Geistesblitze: Konsum wird traditionell mit Wohlstand, wenn nicht gar Luxus verbunden. Aber auch mit Genuss, Spaß, Glück. Gesellschaftlich betrachtet nicht selten auch mit Reichtum und wirtschaftlicher Macht. Konsumverzicht oder –zurückhaltung assoziiert man dagegen schnell mit moralisch strenger Entsagung und/oder mit armutsbedingter Entbehrung. Doch schiebe einfach mal dieses **überkommene Framing** beiseite und erschaffe dir eine neue Perspektive!

Marie Kondo hat es vorgemacht

Das muss nicht schwer sein, wie das Beispiel [Marie Kondo](#) zeigt. Die japanische „Ordnungsberaterin“ hat in den Zehnerjahren mit ihren YouTube-Videos und ihren Büchern über das „Ausmisten“ für Furore gesorgt. Kondos Kernbotschaft war dabei eine ähnliche: Man kommt nicht nur mit weniger Gütern aus, man ist dann auch glücklicher. Der Botschaft fehlte die politische Grundierung – Nachhaltigkeit spielte keine wesentliche Rolle. Dennoch oder gerade deshalb folgten weltweit Abermillionen Menschen Marie Kondos Ratschlägen. So oder so: Nichts ist unmöglich.

Wohin mit den Erinnerungsstücken?

Ein wesentlicher Teil unseres Krimskrams besteht aus Dingen, die mit schönen Erinnerungen an frühere Tage verbunden sind. Oft sind es Staubfänger oder klobige Teile, die die Schubladen verstopfen. Bei mir gehörte zum Beispiel ein seinerzeit sehr hochwertiges Sennheiser-Mikrofon aus meinen Anfangstagen als Radio-Reporter zu dieser Kollektion. Ich habe es fotografiert, in mein digitales Erinnerungsarchiv hochgeladen und das Original – „die Keule“ – dann entsorgt. Klar, die haptische Erinnerung geht flöten. Aber wie oft will ich denn dieses Teil auch anfassen?

Und noch ein möglicher Einwand, der aber kein wirklicher ist: „**Man gönnt sich ja sonst nichts!**“ Klar, jeder soll sich etwas gönnen. Und jeder soll natürlich frei darüber entscheiden, was und wieviel sie/er sich Gutes tut. Konsum, insbesondere Konsumkäufe dienen oft der Belohnung, sollen als Balsam für die frustrierte Seele wirken. Aber muss man dafür unbedingt Geld ausgeben? Vielleicht gibt es ja Alternativen...Manchmal sorgt schon das Lächeln eines anderen Menschen für einen mächtigen Anti-Frustrations-Schub. Ein natürliches Lächeln oder eine andere freundliche Geste einer Person, die dir zufällig über den Weg läuft und die du danach vielleicht in deinem Leben nie wieder siehst.

In der wertfreien und kulturarmen Welt von heute gilt Konsum als das zentrale Mittel zur sozialen Unterscheidung, um nicht zu sagen Abgrenzung. Wer kann sich welche Marken leisten? Konsumistische Distinktion formt Identitäten.

Noch ein philosophischer Gedanke zu unser aller persönlichen Besitztümern und zum Framing. Bewegung in all ihren Formen scheint ein integraler Bestandteil unserer menschlichen Natur zu sein. Auf die gesamte Gesellschaft übertragen könnte man dies als **Fortschritt** bezeichnen. Diesen Fortschritt wollen wir aber auch auf der persönlichen Ebene erfahren: Zum Beispiel die berühmten Entwicklungsstufen vom Wohnen bei den Eltern über das WG-Zimmer und die erste kleine Bude bis zur größeren Wohnung mit Partner/in und Familie oder sogar das Eigenheim. Mit zunehmendem Alter und Einkommen werden die Urlaubsreisen luxuriöser, die Geburtstagsgeschenke für die Lieben großzügiger und und und. Ist auch grundsätzlich okay so.

Doch dieses „Immer mehr“ muss ja nicht auf allen materiellen Ebenen stattfinden. Denn das herrschende System versucht mit allen (Werbe)Mitteln, das Prinzip von Bewegung und Fortschritt auf das Kaufen und Haben zu übertragen. Mit ständig wechselnden Modetrends. mit neuen Funktionen auf dem

Smartphone, die man unbedingt haben muss. Oder auch mit neuen Entdeckungen bei Superfoods, die einen vermeintlich jung und gesund halten.

Verschenkst du auch Zeit?

Immer wieder höre ich von Menschen, dass sie anderen – bevorzugt älteren, die „schon alles haben“ – „gemeinsame Zeit“ zum Geburtstag oder zu Weihnachten schenken. Eigentlich sollte ja gemeinsame Zeit eine Selbstverständlichkeit sein. Aber offenbar nicht in der heutigen zeitarmen Zeit. Immerhin ist dieses Phänomen ein Denkanstoß, sich (mehr) Zeit für andere Menschen zu nehmen und diese gemeinsam intensiv zu erleben.

Das Gegenprinzip zur ständigen Fortbewegung ist das des Maßhaltens. Wer sich ständig überfrisst, wird fett und träge. Tatsächlich haben die meisten Mitglieder postmoderner Industriegesellschaften schon lange alles, was man zum Leben braucht. Und weit mehr als das. Der Harvard-Ökonom John Kenneth Galbraith versah die USA (stellvertretend für die nachrückenden westeuropäischen Länder) dafür mit dem Etikett der **Überflussgesellschaft** („The Affluent Society“) – und zwar im Jahr 1958 (sic!). Man könnte auch sagen: „Die vollgefressene Gesellschaft“. Keine zehn Jahre später protestierten in diesen Ländern Hunderttausende junger Menschen gegen den allgegenwärtigen „Konsumterror“.

Nichts gegen politischen Protest. Aber natürlich kann und sollte man zunächst einmal bei sich selbst anfangen. Schon mal vom **Easterlin-Paradox** gehört? Der US-Ökonom hat in über 40 Jahre langer Forschung nachgewiesen, dass das subjektive Glücksempfinden von Menschen ab einem bestimmten Einkommenslevel kaum noch steigt. Dieses Level lag bei einem –

natürlich länderabhängigen – soliden Mittelschichtseinkommen.

Deshalb meine **Anregung**: Äußere gegen innere Werte austauschen. Statt auf äußeres auf inneres Wachstum setzen. Dabei handelt es sich freilich um eine Transformation, die sich von der individuellen auch auf die gesamtgesellschaftliche Ebene übertragen lässt. Und die selbstredend nicht aus den Augen verliert, dass die Bekämpfung von Armut und eine gerechte Verteilung ebenso zu den Grundpfeilern der BEconomics gehören.

Deine TEC-Learnings:

- Die Neue Leichtigkeit und die Umverteilung von Einkommen und Vermögen schließen sich nicht aus – ganz im Gegenteil.
- Belohnungen und Anti-Frust-Maßnahmen müssen nicht immer materiellen Charakter haben. Wozu Geld rausschmeißen?
- Im Leben voran zu kommen, heißt nicht unbedingt, sich materiell mehr leisten zu können. Inneres Wachstum ist letztlich viel wichtiger.